

<<高职高专经管类规划教材>>

图书基本信息

书名：<<高职高专经管类规划教材>>

13位ISBN编号：9787567200609

10位ISBN编号：7567200600

出版时间：2012-6

出版时间：苏州大学出版社

作者：张荣，丁勇 编

页数：270

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<高职高专经管类规划教材>>

### 内容概要

《高职高专经济管理类规划教材·基础课系列：市场营销理论与操作》是一门理论与实践操作相结合，知识与技能并重的课程。

本教材紧密结合当前市场营销领域中的新知识、新技术、新方法，从职业能力分析入手，以相关理论知识为支撑，按照技能训练为主线确定具有典型性的技能训练项目，较好地处理了理论教学与技能训练的关系。

本教材力求做到教学内容任务化，教学方法案例化、实战化，教学活动学生主体化。

全书共设计了10个项目，即认识市场营销、制定企业战略规划、市场营销环境分析、市场购买行为分析、市场调查与预测、目标市场营销战略、制定产品策略、制定价格策略、制定分销渠道策略、制定促销策略。

每项任务均以“知识目标”、“技能目标”、“引导案例”开篇，帮助读者确定学习目标和激发学习兴趣；正文穿插了“资料夹”、“实例分析”，以增加信息量和提高读者思维能力；结尾处还编写了“思考与练习”、“实训操作”等栏目，帮助学生巩固所学知识。

<<高职高专经管类规划教材>>

书籍目录

项目一 认知营销任务一 了解市场营销学的产生与发展任务二 市场与市场营销认知任务三 树立正确的市场营销观念项目二 制定企业战略规划任务一 企业战略规划和步骤安排任务二 把握市场营销管理过程任务三 制定竞争性营销战略任务四 制定市场营销策划方案项目三 市场营销环境分析任务一 市场营销宏观环境分析任务二 市场营销微观环境分析任务三 制定适应市场营销环境变化的策略项目四 市场购买行为分析任务一 消费者市场及购买行为模式分析任务二 分析影响消费者购买行为的主要因素任务三 体验消费者购买的决策过程任务四 组织市场及其购买行为分析项目五 市场调查与预测任务一 市场调查任务二 撰写市场调查报告任务三 市场预测项目六 目标市场营销战略任务一 市场细分任务二 目标市场选择任务三 目标市场定位任务四 制定市场营销组合策略项目七 制定产品策略任务一 制定产品组合策略任务二 分析产品的生命周期任务三 制定新产品开发策略任务四 制定产品品牌策略任务五 制定产品包装策略项目八 制定价格策略任务一 分析影响企业定价的因素任务二 选择定价方法任务三 选择价格策略项目九 制定分销渠道策略任务一 认知分销渠道模式任务二 选择中间商任务三 选择和管理分销渠道任务四 区别直销与传销项目十 制定促销策略任务一 促销及促销组合认知任务二 制定人员推销策略任务三 制定广告策略任务四 制定营业推广策略任务五 制定公共关系策略参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>